

- 2 размещение объявлений о продаже,
- 3 поиск товаров,
- 4 возможность связи между продавцом и покупателем (чат),
- 5 размещение контактной информации о времени работы и скидках стоковых магазинов по городам Беларуси.

На основании данной бизнес-идеи разработан бизнес-план обоснования разработки и внедрения мобильного приложения «ТопБренд». Определена миссия организации – завоевание значительной доли рынка за счет удовлетворения потребностей клиентов. Предложен рекламный слоган – «Мировые бренды без переплат».

Для анализа внутренней и внешней среды организации проведен SWOT-анализ [1]. Определены сильные и слабые стороны бизнеса, а также возможности и угрозы. По проведенному SWOT-анализу определены ключевые факторы успеха.

Основным методом продвижения приложения предлагается продвижение через AppStore (если речь идет о приложении для IOS) или PlayMarket (если речь идет о приложениях для Android) [2].

В ходе расчетов основных показателей эффективности предлагаемого бизнеса установлено [3]: срок окупаемости проекта – 0,5 года, чистый дисконтированный доход – 21 тыс. бел. руб., внутренняя норма доходности – 63 %, индекс доходности инвестиций – 1,97.

Таким образом, в ходе разработки бизнес-плана было доказано, что внедрение мобильного приложения «ТопБренд» является эффективным.

Список использованных источников

1. Яшева, Г.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Г.А. Яшева. – Витебск: УО «ВГТУ», 2016. – 539 с.
2. Калиновская, И.Н. Анализ маркетинговых коммуникаций белорусских предприятий / И.Н. Калиновская // 50 научно-техническая конференция преподавателей и студентов УО «ВГТУ»: статья, апрель 2017 г. / УО ВГТУ. – Витебск, 2017. – С.92–93.
3. Лебедева, Е.Н. Методика интегральной оценки экономической безопасности предприятия / Е.Н. Лебедева // Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : матеріали виступів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 24 травня 2017 р.) : КНУДТ, 2017. – 378 с. – С.152–155.

УДК 338 (476)

ПРОБЛЕМЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

Егорова В.К., доц., Шинкаренко А.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Система государственного регулирования экономики во многих зарубежных странах своим приоритетным направлением обозначила развитие и защиту конкуренции. Для поддержания и создания новых условий благоприятного рыночного климата любое государство предусматривает действенный механизм антимонопольного регулирования. Оценивая с позиций антимонопольного закона ситуацию в РБ и сравнивая уровень развития предпринимательства с другими странами, можно отметить, что процесс формирования конкурентной среды набирает силу. Но эффективность антимонопольного регулирования в Беларуси снижают слабая законодательная дисциплина, развитие нелегитимных экономических процессов, диффузия институтов, специфика субъектов антимонопольного регулирования (бюрократизация и коррупция в государственном аппарате).

Экономике Беларуси по-прежнему свойственна высокая степень монополизации, несмотря на проведение приватизации [1, с. 15]. В условиях перехода к рынку речь должна идти не столько о борьбе с монополизмом, о разработке и принятии пакета антимонопольных законов, сколько о формировании конкурентных отношений, на защиту которых и следует направить антимонопольное регулирование. В отечественной экономике до настоящего времени остается прежней природа формирования монопольных структур, то есть они создаются не в результате естественных процессов концентрации капиталов, свободного их перелива в условиях конкуренции на рынках ценных бумаг. Сохранение монополизма, низкая эффективность антимонопольного регулирования препятствуют формированию конкурентной среды хозяйствования, поэтому необходимы институциональные механизмы становления, поддержания и регулирования конкуренции [2].

В целях реализации Закона Республики Беларусь от 12.12.2013 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» создана и постоянно совершенствуется нормативная правовая база, регламентирующая следующие основополагающие вопросы в сфере антимонопольного регулирования: порядок определения доминирующего положения хозяйствующих субъектов на товарных рынках Республики Беларусь; порядок формирования и ведения Государственного реестра хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках; порядок осуществления контроля за сделками с акциями, долями уставных фондов хозяйствующих субъектов; порядок организации и проведения проверок по соблюдению антимонопольного законодательства хозяйствующими субъектами; порядок осуществления контроля за реорганизацией хозяйствующих субъектов, созданием коммерческих организаций и объединений хозяйствующих субъектов; порядок установления фактов наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства и т. д.

Список использованных источников

1. Маненок, Т. Антимонопольное регулирование в Беларуси: пока как чемодан без ручки / Т. Маненок // Белрынок [Электронный ресурс]. – 2016. Режим доступа: <https://www.belrynok.by>. – Дата доступа: 02.04.2018.
2. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство антимонопольного регулирования и торговли Беларуси. – Режим доступа: // mart.gov.by/sites/mart/home/activities/antimonopoly.html. – Дата доступа: 2.04.2018.

УДК 332.1

МАЛЫЙ БИЗНЕС БЕЛАРУСИ: ДИНАМИКА И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Егорова В.К., доц., Змитроченко Д.С., студ., Федоренко Е.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Малый бизнес влияет на экономический рост, насыщение рынка товарами необходимого качества, создание новых дополнительных рабочих мест, ускорение научно-технического прогресса и решает не только актуальные экономические, но и социальные проблемы. За счет своей мобильности и способности оперативно реагировать на изменение потребительского спроса малые компании обеспечивают необходимое равновесие на потребительском рынке.

До 2014 года в нашей стране наблюдалась положительная динамика развития малого бизнеса, однако в 2015 году количество малых организаций сократилось на 6 684 единиц и составило 93,27 % от их количества в 2014 году. В 2016 году ситуация стабилизировалась и количество малых предприятий возросло до 93 288 единиц [1]. На протяжении 2008–2013 гг. белорусский малый бизнес